

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Dasar

Metode dasar dari penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan data yang berbentuk kalimat uraian, yang sifatnya subjektif, digunakan untuk menjelaskan keadaan umum tempat yang diteliti sesuai dengan kenyataan. Pengumpulan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu salah satu teknik sampling non random sampling. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi dari perusahaan yang benar-benar mengetahui tentang masalah yang dikaji perusahaan. Pemilihan sampel responden berdasarkan pendekatan *accidental sampling* yakni melakukan wawancara dan memberikan kuesioner terhadap responden secara kebetulan ditemui dan bersedia diwawancarai dan mengisi kuesioner saat melakukan pembelian, dengan syarat pernah membeli satu kali.

3.2 Jenis Data

Jenis dan pengumpulan data digunakan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat yang sesuai dengan tujuan dari penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui responden. Jenis pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer .

Data primer data yang diperoleh dari sumber utama yang berkaitan dengan objek yang akan diteliti. Data primer diperoleh dengan cara wawancara dengan menggunakan

alat kuesioner, dengan daftar pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya. Daftar disiapkan agar pertanyaan yang diajukan dapat teratur secara sistematis dan lengkap sehingga mempermudah pengolahan data.

3.3 Waktu dan Tempat

Penelitian strategi pengembangan bunga mawar dilakukan di usaha bunga mawar UD “Kent Roses” Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena menurut peneliti usaha bunga mawar “Kent Roses” ini sudah berdiri sejak lama, produk bunga mawar sudah mencapai 1000 sampai 1200 dalam sehari. Bunga mawar yang dipasarkan juga memiliki berbagai jenis dan warna yang menarik dan dibudidayakan sendiri, namun usaha bunga mawar di UD Kent Roses ini kurang dikenali masyarakat luas. Pengumpulan data dilakukan di bulan Maret 2019.

3.4 Teknik Pengumpulan Sampel

Metode yang digunakan untuk menentukan sampel adalah metode *purposive sampling*, yaitu salah satu teknik *sampling non random sampling*. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi dari perusahaan yang benar-benar mengetahui tentang masalah yang dikaji perusahaan. Pemilihan sampel responden usaha bunga mawar UD Kent Roses berdasarkan pendekatan *accidental sampling* yakni melakukan wawancara dan memberikan kuesioner terhadap responden secara kebetulan ditemui dan bersedia diwawancarai dan mengisi kuesioner saat melakukan pembelian di UD Kent Roses. Responden dalam penelitian ini adalah pengelola usaha

bunga mawar UD Kent Roses, yang disebut sebagai *key responden*. peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-iri khusus sesuai dengan peneliti. Jumlah responden telah ditentukan dengan menggunakan *key informan* sebelumnya yaitu sebanak 4 orang responden. Sampel yang digunakan 30 responden. Responden yang diambil 30 orang, dikarenakan menurut *key informant* jumlah populasi dari UD Kent Roses relatif kecil yaitu 15 pelanggan tetap dan 15 dari pelanggan lainnya. Sampel tersebut adalah pelanggan/pembeli UD Kent Roses, dengan ciri-ciri pernah membeli minimal satu kali.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam pengumpulan adat dalam peneliti ini ialah :

1. Observasi yakni peneliti melakukan observasi terlebih dahulu sebelum penelitian dilakukan. Observasi tersebut dilakukan peneliti untuk mengetahui masalah-masalah yang dihadapi oleh usaha bunga mawar di UD “Kent Roses” tersebut. Peneliti dapat menuliskan masalah-masalah tersebut pada rumusan masalah yang akan diidentifikasi
2. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data dengan cara memberikan selembaran yang berisi beberapa pertanyaan terkait usaha bunga mawar di UD “Kent Roses”. Kuesioner diisi berdasarkan pendapat pembeli kemudian data tersebut akan diolah dan dianalisis.

3. Wawancara merupakan metode pengumpulan pada penelitian ini dengan cara bertatap muka secara langsung dan mengajukan beberapa pertanyaan yang telah disiapkan yang sesuai dengan data yang dibutuhkan.
4. Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengambil gambar yang dapat menunjang hasil penelitian yang dilakukan di UD “Kent Roses”

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif data yang berbentuk kalimat uraian, yang sifatnya subjektif, digunakan untuk menjelaskan keadaan umum tempat yang diteliti sesuai dengan kenyataan. Data diperoleh dari hasil wawancara menggunakan alat berupa kuesioner yang dibagikan kepada pengelola dan pembeli bunga mawar di UD “kent roses”. Metode pengolahan data yang digunakan yaitu analisis SWOT.

Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Berikut penjelasan dari analisis SWOT:

1. Kekuatan adalah kelebihan dari faktor internal usaha bunga mawar di UD “Kent Roses” yang membuat usaha semakin berkembang dan mampu bersaing dipasaran.
2. Kelemahan adalah faktor internal dari usaha bunga mawar di UD “Kent Roses” yang dapat menghambat perkembangan usaha.

3. Peluang adalah faktor yang berasal dari lingkungan eksternal yang menguntungkan bagi perkembangan usaha bunga mawar di UD Kent Roses.
4. Ancaman adalah faktor yang berasal dari lingkungan eksternal yang menimbulkan kerugian dalam perkembangan usaha bunga mawar di UD “Kent Roses”

Perkembangan usaha bunga mawar UD “Kent Roses” perlu diidentifikasi melalui faktor internal yang dapat dilihat berdasarkan kekuatan, kelemahan dan diidentifikasi melalui faktor eksternal dilihat dari peluang dan ancaman. Analisis faktor internal dan eksternal didapatkan dari jawaban responden melalui pengisian kuesioner. Berikut metode analisis SWOT berdasarkan matrik IFAS dan matrik EFAS.

Tabel 1. IFAS

Faktor - Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar /Catatan
Kekuatan : 1. Jenis dan warna bunga mawar 2. Lokasi yang strategis 3. Terletak didaerah berpotensi 4. Harga murah 5. Sesuai pesanan 6. <i>Packaging</i> rapi				
Kelemahan: 1. Kesegaran bunga 2. Papan nama di lokasi 3. Promosi 4. Area yang memadai				
Total	1,00			

Menurut (Rangkuti,2003). Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analisis*

Simamary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal tersebut dalam kerangka *strength and weakness* perusahaan. Tahapnya adalah :

Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi 1.00). Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1, berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kakutan) diberi nilai mulai dari +1 sampai +4 (sangat baik) dengan membandingkan dengan rata rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pmbobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi dari 4,0, (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*). Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan dihitung. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilia total ini meunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Tabel 2. EFAS

Faktor-Faktor Startegi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar/ Catatan
Peluang: 1. Kemitraan 2. Permintaan stabil 3. Kemudahan mencari lokasi 4. Akses transpotasi 5. Ketersediaan bunga mawar				
Ancaman : 1. Pengaruh cuaca 2. Pengaruh hama 3. Persaingan 4. Kondisi pengiriman				
Total	1,00			

Menurut (Rangkuti, 2003). membuat matrik faktor strategi eksternal, kita perlu mengetahui terlebih dahulu faktor strategi eksternal (EFAS). Berikut ini adalah cara penentuan faktor strategi eksternal (EFAS).

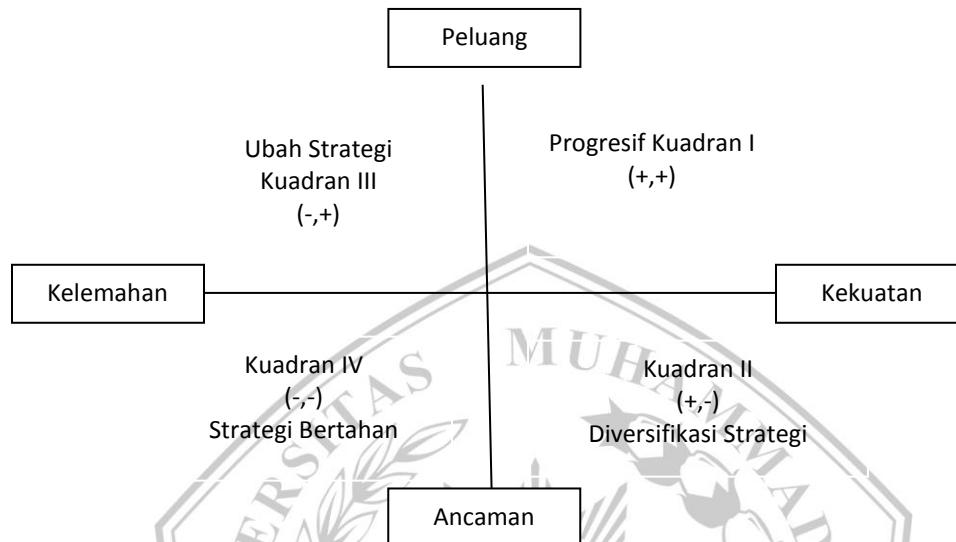
Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai 10 peluang dan ancaman). Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangta penting sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor -faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstading*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondiis perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya

adalah 1. Sebaliknya, jika nilai ancumannya sedikit ratingnya 4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi dari 4,0, (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*). Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotan dihitung. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu beraksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.

Penelitian ini menggunakan metode perhitungan IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) untuk menentukan nilai bobot dari analisis SWOT. Menurut (Zakaria,Rofiyati.2013), Analisis IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*) IFAS membantu manajer untuk mengatur faktor-faktor strategis ke dalam kategori kelemahan dan kekuatan. Analisis EFAS (*Eksternal strategic Factor Analysis Summary*).

Tahapan selanjutnya, yakni diagram SWOT yang digunakan untuk menentukan posisi perusahaan dan menyimpulkan hasil pengamatan. Penelitian ini menggunakan metode perhitungan IFAS(*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*) untuk menentukan nilai bobot dari analisis SWOT dan penentuan sumbu x dan y yaitu antara posisi kekuatan, kelemahan, peluang dan

ancaman. Rumus yang digunakan, yaitu $(x,y) = (S-W), (O,T)$. Posisi tersebut digambarkan dalam diagram dalam garis negative dan positif.



Gambar 1. Diagram SWOT .

Rekomendasi :

1. Kuadran I: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).
2. Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).
3. Kuadran III : Menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan

ini adalah meminimalkan masalah- masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik (*turn Around Strategy*).

4. Kuadran IV: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Harus segera mencari Strategi Bertahan (*Defensif Strategy*).

Tahapan setelah mengetahui posisi UD Bunga Mawar Kent Roses dalam kuadran SWOT, dapat dirumuskan strategi yang tepat, dan merumuskan menggunakan matriks SWOT. Berikut matrik analisis SWOT :

Menurut Rangkuti (2003), Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 3.Matriks SWOT

Internal Eksternal	Kekuatan – <i>Strength</i> (S)	Kelemahan - <i>Weaknesses</i> (W)
<i>Peluang - Opportunities</i> (O)	<i>Strengths - Opportunities</i>	<i>Weaknesses – Opportunities</i>
Ancaman - <i>Threats</i> (T)	<i>Strenghts - Threats</i>	<i>Weaknesses-Threats</i>

Sumber: Rangkuti 2003

Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT diatas :

1. Strategi SO (*Strength and Oppurtunity*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.
2. Strategi ST (*Strength and Threats*). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO (*Weakness and Oppurtunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weakness and Threats*). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

1. Uji Instrument

Menurut Sugiyono (2014), instrumen penelitian, yaitu suatu alat yang digunakan sebagai pengukur fenomena alam dan sosial yang sedang diamati. Tujuan dari penggunaan instrumen ini untuk memudahkan peneliti dalam mengambil dan mengolah data berdasarkan kondisi yang nyata pada UD Kent Roses dengan menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan lembar angket yang sifatnya semi tertutup karena dilengkapi dengan alternatif jawaban yang memudahkan responden untuk menjawab pertanyaan atau memberikan pernyataan. Skala pengukuran yang digunakan dalam

penelitian ini adalah skala Likert. Data kualitatif yang di peroleh, diubah dalam bentuk angka dengan cara penyekoran

Pernyataan yang digunakan dalam penyusunan kuisioner dalam penelitian ini adalah pernyataan positif . Pernyataan positif skor berjalan dari sangat setuju dengan nilai 5 menuju ke sangat tidak setuju dengan nilai 1. Perhitungan penilaian dengan pernyataan positif pada faktor kekuatan dan peluang sebagai berikut:

1. Sangat Setuju : Nilai 5
2. Setuju : Nilai 4
3. Cukup : Nilai 3
4. Tidak Setuju : Nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju : Nilai 1

Hasil dari instrumen yang telah disebarkan kepada responden maka diteliti dengan menggunakan 2 alat ukur yaitu uji validitas dan uji reabilitas.

2. Uji Validasi

Menurut Suharsini (2007), nilai validitas dapat dicari dengan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Rumus ini digunakan untuk mengkorelasikan skor butir yang dinyatakan dengan simbol (X) terhadap skor total instrumen yaang dinyatakan dengan simbol (Y). Berikut adalah rumus untuk menentukan validitas :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

N = Jumlah responden

ΣXY = Jumlah perkalian antara X dan Y

ΣX = Jumlah skor butir X

ΣY = Jumlah skor butir Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat dari skor butir

ΣY^2 = Jumlah kuadrat dari skor total.

Syarat minimum untuk dianggap memenuhi persyaratan validitas, yaitu jika r hitung > r tabel dan nilai r positif (Perdana, 2016).

3. Uji Reliabilitas

Penelitian ini dalam menguji reliabilitas menggunakan *internal consistency*, yaitu dengan menguji instrumen sekali kemudian dilanjutkan menguji dengan teknik atau alat uji tertentu. Berikut adalah rumus *Alpha Cronbach* yang digunakan dalam mencari reliabilitas, yaitu :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya Butir Pertanyaan Atau Banyaknya Soal

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah Varians Skor Tiap-Tiap Item

σ_i^2 = Varians Total

Instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien Alpha $\geq r$ tabel. Penelitian ini menggunakan *Microsoft Excel* sebagai alat untuk menguji reliabilitas (Perdana, 2016).

